

## در باب تحقق میل در ارزش مبادله

نوشته ژان بودریار

ترجمه مراد فرهادپور

چندین سال پیش فروشگاه‌های بزرگ در ایالات متحده مورد حمله قرار گرفت. گروهی از مهاجمان به طرزی غافلگیرکننده فروشگاه را اشغال کردند و آن را در اختیار گرفتند، و آنگاه با بلندگو همه مردم را دعوت کردند تا دلی از عزا درآورند. اقدام و کنشی نمادین! و نتیجه کار؟: اکثر مردم بلا تکلیف ماندند که چه چیزی بردارند و یا اجناس ناچیز و بی‌اهمیتی را برداشتند که در هر روز عادی به راحتی می‌توانستند آنها را کِش روند.

اگر پنجاه میلیون دلار پول داشتید با آن چه می‌کردید؟

آشوب و هرج و مرج.

اگر صرف وقت آزاد برایمان کاملاً دلخواهی شود، همین حس هراس ناگهانی بر ما مستولی

خواهد شد. چگونه باید از شرش خلاص شویم؟

البته مثالهای بیشتری نیز می‌توانیم ارائه کنیم، نظیر مورد آن دوندۀ فرانسوی دو ۴۰۰ متر در مسابقات قهرمانی اروپا، که ۱۰۰ متر مانده به خط پایان، در آخرین تلاش خویش کم می‌آورد و نهایتاً سوم می‌شود. خود او بعد از انجام مسابقه گفت: «وقتی حس کردم دارم برنده می‌شوم، چیزی در درونم پاره شد.» یا آن تنیس‌باز فرانسوی در تورنمنت اسپانیا: او، دو بیت جلوتر از رقیب از نفس افتاده و سوار بر مسابقه، امتیاز بُرد بازی را از دست می‌دهد و سرانجام - گویی «به طرزی محتوم» - کارش، در برابر حیرت همه تماشاگران، به شکست می‌کشد. بگذریم از مورد پولیدور: آن نفر دوم ابدی که شهرتش دقیقاً از همین ناتوانی و عجز مزمن در کسب پیروزی ناشی می‌شود.

وقتی درباره کسی می‌گوییم که او «تقریباً» برنده شد یا در یک قدمی پیروزی متوقف شد، آن چه

چیزی است که گمان می‌رود به دست نیامده است؟ آیا این عبارات به نحوی حاکی از آن نیست که کسب پیروزی بدترین چیزی است که ممکن بود برای وی رخ دهد، که پیروزی به واقع معادل شکست بود؟ این موارد جملگی صرفاً لغزشهای اراده‌اند، لغزشهای میل غریزی به تصاحب و ارضاء کنش و برتری، که ژرفترین انگیزه محسوب می‌شود. فروید که کارش را با بررسی همین جزئیات رفتاری آغاز کرد، موجب پیشرفتی عظیم در شناخت قلمرو روانشناسی بشری شد. لیکن چشم‌اندازهای شگفت‌آوری که بدین طریق آشکار شدند، افت و خیزی در چهره آرام انسان‌شناسی عام، «علم» اقتصاد، یا «علوم انسانی» ایجاد نکرده‌اند. خود روانکاو نیز کمک کرده است تا بررسی این رفتارهای غیرعادی به حیطه روانشناسی باطن (depth psychology) محدود بماند (هر کس ناخودآگاه خود را دارد که به خودش مربوط می‌شود.) و در نتیجه ما شاهد آنیم که این امور، به طرز تقریباً معجزه‌وار، فاقد هرگونه معادلی در عرصه کنش اجتماعی یا سیاست‌اند، عرصه‌ای که عقلانیتی ذاتاً خطاناپذیر بر آن مطلقاً حاکم است. استقامت خستگی ناپذیر فرضیات عام اقتصادی، اجتماعی، سیاسی در باب انسان همان موضوعی است که [در این نوشته] از دریچه مقولات فرسودگی و عجز و شکست به کنکاش در آن خواهیم پرداخت.

مورد فروشگاه که موردی کم و بیش آزمایشی و حدی است، نشان می‌دهد که هر گاه ارزش مبادله خنثی شده باشد، ارزش مصرف نیز به همراه آن ناپدید می‌شود. هر زمان که تقاضا برای سودمندی، مطلوبیت و رضایت بیشتر و بیشتر با امکان تحقق آنی و بی‌واسطه خود روبه‌رو شود، این تقاضا دود می‌شود و به هوا می‌رود. کل آن سبد یا بسته متشکل از انگیزه‌ها و نیازها و عقلانیت، که همواره به راحتی عامل بر سازنده طبیعت بشری معرفی می‌شود، تکه پاره می‌گردد. آدمی در ورای شفافیت قلمرو اقتصاد، جایی که همه چیز روشن است زیرا این واقعیت به اندازه کافی گویاست که «هر کس در قبال پولش چیزی طلب می‌کند»، ظاهراً دیگر نمی‌داند که خود چه می‌خواهد.

### چند فرضیه

— اشیاء و نیازهایی که اشیاء حاکی از آنهاست، دقیقاً برای رفع این عذاب وجود دارند که آدمی نمی‌داند چه می‌خواهد.

— آن چیزی که به واسطه یا به میانجی مقوله انتزاعی ارزش مبادله نباشد، به منزله ارزشی «خودانگیخته» و «انضمامی» — نظیر، مثلاً، سودمندی — نیز وجود نخواهد داشت.

هر دو محور موضوعه به یکسان انتزاعی و واجد معنایی مشترک‌اند.

هیچ ارزش مصرفی بدون ارزش مبادله در کار نیست. به محض آن‌که ارزش مبادله در فرآیند

هدیه دادن، یا بخشش مجانی، اسراف و صرف کردن خنثی شود، ارزش مصرف نیز خود امری غیر قابل فهم می‌شود.

— این ایده، ایضاً، در مورد ارزش مبادله نشانه‌ای (sign exchange value) نیز صادق است. آن چیزی که وجودش بر وساطت و میانجی‌گری رقابت اجتماعی قانونی، مبادله نشانه‌های ممیز، یا وساطت الگوها، مبتنی نباشد، هیچ ارزشی ندارد. تا آنجا که به نشانه‌ها مربوط می‌شود، تمایز ارزش مصرف-ارزش مبادله عملاً محو شده است. اگر «ارزش مصرف نشانه‌ای» (sign use value) به مثابه رضایت و کامیابی افزوده، یا نوعی ارزش مازاد کیفی — در مقام محصول آتی‌گرینش، ترجیح و محاسبه نشانه شناختی — تعریف شود؛ و اگر ارزش مبادله نشانه‌ای به مثابه شکل عام (یا رمزی) تعریف شود که بده بستان و بازی میان الگوها را تنظیم می‌کند؛ آنگاه روشن می‌شود که ارزش مصرف تا چه حد مستقیماً از عملکرد رمز و نظام ارزش مبادله ناشی می‌شود. در آن به اصطلاح نظام اقتصادی نیز همین فرآیند برقرار است: حاصل کار، خصلت انتزاعی ارزش مصرف است، که همواره از قبل به صورتی با واسطه ظاهر می‌شود، یعنی به وساطت نظام ارزش مبادله (و به مثابه شکل کالایی) و همزمان با آن به وساطت الگوها و رمز یا کُد مبادله (جایی که ارزش مصرف به مثابه شکل نشانه‌ای ظاهر می‌شود).

بدین‌سان، امروزه ارزش مبادله، و ارزش مبادله نشانه‌ای به نحوی جدانشدنی با هم در آمیخته‌اند<sup>۱</sup>. نظام کامل شده (که در اساس همان نظام «مصرف» به منزله مرحله غایبی اقتصاد سیاسی است) متکی و وابسته به آزادی است، آنهم نه فقط در سطح تولید (یعنی آزادی خرید و فروش نیروی کار)، بلکه همچنین، بر اساس سویه‌ای ثانوی که امروزه با سویه اولیه کنش اقتصادی مطابق و مصادف است، در سطح مصرف (آزادی انتخاب). خصلت انتزاعی نظام مبادله نشانه‌ای (یعنی الگوها و درونی شدن آنها در محاسبات نشانه شناختی) با انتزاع نظام‌مند تولید و مبادله اقتصادی (یعنی سرمایه، پول و ارزش مبادله) ضرورتاً عجین است.

نشانه نقطه اوج مدار کالاست. مُد و کالا یک شکل واحد و یکسان‌اند. تفکیک درونی کالا [به ارزش مصرف و ارزش مبادله]، از آغاز، در شکل ارزش مبادله نشانه‌ای ثبت و حک شده است (و نه در نوعی منطق کمی سود). کالا زمانی به الوهیت خویش دست می‌یابد که قادر شود خود را به منزله نوعی رمز یا کُد تحمیل کند، یعنی به منزله مکمل هندسی گردش الگوها، و در نتیجه به منزله رسانه تام و تمام یک فرهنگ (و نه فقط یک اقتصاد).

ارزش مبادله در قالب ارزش مبادله نشانه‌ای تحقق می‌یابد. ارزش مبادله نشانه‌ای و ارزش مبادله به طوری قطعی در قالب ارزش مصرف تحقق می‌یابند.

مثلت این سه نام مرزهای یک جهان ارزشی تام و منسجم را مشخص می‌سازد که در متن آن آدمی ظاهراً باید از طریق ارضای غایی نیازهایش خویشتن را کامیاب کند. و بر اساس محاسبه عقلانی، چنین گفته می‌شود که او پیوسته در حال بالا بردن نرخ تولید ارزش از سوی خویش است. او که از یک قله یا رأس مثلث اعظم فلسفه ارزش به رأسی دیگر رله می‌شود، فقط می‌تواند به فراتر رفتن از خود، به تحقق ایجابی (to positivise) خود، در قالب ارزشها به طرزی مؤثر امیدوار باشد. حرکات آدمی مرزها و حدود جهانی ارزشی را ردیابی می‌کند که از قرنهای پیش با [قلمرو] تعریف امانیسم منطبق بوده است.

این توصیف سه وجهی ارزش، جهانی پُر و مثبت را تعریف می‌کند که بدون هیچ وقفه یا گذشتی توسط علامت جمع یا به اضافه تکمیل می‌شود: منطق ارزش اضافی (که از خود ارزش جدایی ناپذیر است). این جهانی است که در آن آدمی قادر نیست خود را از ان بفرودشد. بدین ترتیب، فرآیند ارزش معادل و هم ارز نوعی سازماندهی رؤیایی (phantasmic organization) است که در آن میل ارضا و فقدان رفع می‌گردد؛ که در آن میل تحقق می‌یابد و اجرامی شود؛ و در آن بُعد یا ساحت نمادین و هرگونه تفاوت محو و نابود می‌گردد. ارزش خودکامه یا تام‌گرا (totalitarian) است. ارزش هر گونه ابهام و عدم اطمینان (ambivalence) را حذف می‌کند، و همچنین هرگونه رابطه‌ای را که در آن آدمی از کامل کردن خود در قالب ارزش، یا منظم و ردیف کردن خود بر اساس قانون هم‌ارزی و ارزش اضافی باز می‌ماند. لیکن عدم اطمینان چونان شبحی در همه جای حوزه ارزش حضور دارد، و همان چیزی است که، هرچند به صورتی مستمر، در هیأت شکست دوباره ظاهر می‌شود و سر بر می‌آورد.

جمعیت در ارائه واکنشی مثبت به حضور و حصول مطلق کالا شکست می‌خورد (یعنی پاسخ او به شرایط جدید حاکم بر فروشگاه مبتنی بر تصاحب خودانگیخته کالاها نیست)؛ جمعیت از گردن نهادن به دستور یا فرمان مطلق (catagorical imperative) نیاز عاجز می‌ماند؛ و حتی قادر نیست دریابد به راستی خواهان چه چیزی است و صرفاً آنچه را که ارائه شده است برمی‌دارد. در واقع، مجانی بودن کالا مقوله عرضه به مفهوم اقتصادی کلمه را حذف می‌کند، و با همان ضربه مقوله تقاضا را نیز لغو می‌کند. از این رو، تقاضا صرفاً استوار بر منطق ارزش است. بیرون از این منطق، آدمی به هیچ چیز «نیاز» ندارد. چیزی که ما بدان نیاز داریم، همانی است که خرید و فروش، ارزیابی و انتخاب می‌شود. چیزی که نه فروخته و نه تصاحب می‌شود، بلکه فقط داده و پس داده می‌شود، مورد «نیاز» هیچ‌کس نیست. مبادله نگاهها، هدایایی که می‌آیند و می‌روند و دست به دست می‌شوند، به مانند همان هوایی‌اند که مردمان تنفس‌اش می‌کنند. این امر مبین متابولیسم مبادله، اسراف، جشن

یا فستیوال - و همچنین تخریب و نابودی - است (که هر آنچه را تولید بر پا داشته و ارزشمند ساخته است به ساحتِ عدم ارزش یا غیر ارزش رجعت می‌دهد). در این قلمرو یا ساحت، ارزش حتی باز شناخته یا تصدیق نیز نمی‌شود. و در آنجا آرزو یا میل در قالبِ شبح فریبنده یا نمود خیالیِ ارزش ارضا نمی‌شود.

چیزی که در متن این ناتوانی از چنگ انداختن و تصاحب صاف و ساده کالاهای مصرفی نمایان می‌شود، همانند مورد ورزشکاری که سست و بی‌حال می‌شود، آن است که فرمان رسمی، که به منزله نیاز فردی (نیاز به بردن و غیره) تنظیم و هماهنگ می‌شود، چیزی دیگر را ریشه‌کن و جابه‌جا کرده است، یعنی همان طلب یا خواستی که دقیقاً ضد فرمان رسمی است: خواستِ گم کردن، از جا به در کردن، و خلع مالکیت کردن از خویشان، یا دست شستن از ادامه مسابقه. و این خواست به معنای نوعی معکوس ساختن مازوخیستی یک اقتصاد بنیانی تر نیست - اقتصادی معطوف به غایاتی چون ارزش، فعالیت، عملکرد و موفقیت - بلکه مبین ضرورتِ واژگون و ریشه‌ای فقدان (*manque*) است. هر نوع کامیابی و ارضای میل در قالب ارزش، به همین مرز نهایی متضاد باز می‌گردد، زیرا با به پایان رسیدن کام، فقط همین امر است که پرسشگری سوژه در مورد میل خویش را باقی نگه می‌دارد. چنین است بنیاد ابهام و عدم یقین ارزشی.

تصاحب کردن هیچ‌گاه شرطی کافی برای لذت نبوده است. توانایی دریافت کردن، دادن، پس دادن، و نابود کردن - در صورت امکان، جملگی با هم - [برای تجربه لذت] ضروری است. فرآیند تحقق ارزش همه اینها را در وجه یا حالتی مثبت (*positive*)، یکسویه، و فقرزده منحل می‌کند، و سوژه را از پافشاری نمادین خویش محروم می‌سازد: (۱) سرباز زدن از ارضای میل، یا [حفظ] فقدان؛ و (۲) ضرورت وجود رابطه‌ای بری از وساطت منطق نظامی (*systemic*) ارزش، یا همان مبادله نمادین.

لذت امری ریشه‌ای (*radical*) است و ارزش امری والا (*sublime*)؛ از این رو این پافشاری نمادین ریشه‌ای در قالب ارزش تصعید یا والایش می‌شود. کالا تجسدِ امر والا در قلمرو اقتصاد است. در این قلمرو، خواست ریشه‌ای سوژه در قالب تجدید دائمی خصلت ایجابی (*positivity*) تقاضای او برای اشیاء یا ابزارها والایش و تصعید می‌شود. لیکن در پس این تحقق والای ارزش، چیزی دیگر نهفته است، چیزی دیگر سخن می‌گوید، چیزی تقلیل‌ناپذیر که می‌تواند شکلی نابودی و تخریب‌خشن را به خود گیرد، لیکن در اکثر مواقع در شکلی پوشیده و پنهان کسری و نقصان، در شکل خستگی مفرط و سرباز زدن از علاقه‌مندی یا کشش عاطفی (*Cathexis*)، در شکل مقاومت در برابر کامیابی و طرد ارضای میل، جلوه‌گر می‌شود. اگر به وضعیت اقتصادی معاصر به مثابه یک کل

بنگریم، همهٔ اینها رفته رفته به مانند گرایش‌های نمایان می‌شود که می‌توانیم آن را نزول نرخ لذت بنامیم. اما بر اساس نوعی اقتصاد متضاد مرموز مبتنی بر فرصت‌های از دست رفته، همین نفی و انکار سرزنده و بنیانی ارزش، همین خشونت نهفته در قبال اصل اینهمانی و هم ارزی، همین نوسان در ورای ارضا و کامیابی است که، در وهلهٔ آخر، سوژه را در وجود خویش برپا نگه می‌دارد و به او اطمینان می‌بخشد. و این نیز به معنای ماورای روانشناسی (meta psychology) نیست. بلکه برعکس، به دلیل طرد دسته‌جمعی همهٔ این ملاحظات به مثابه «ماوراء» روانشناسی است که علوم انسانی معاصر و علم اقتصاد مجبورند شاهد فروپاشی ساختمان عقلانی خویش باشند بی آن‌که بتوانند توضیحی برای این گرایش معکوس ارائه دهند.<sup>۲</sup>

تا بدینجا دربارهٔ مجموعهٔ علائم یا سندروم‌های فرصت از دست رفته و لذت موهوم سخن گفته‌ایم: آیا این همان غریزهٔ مرگ است که از طریق ما سخن می‌گوید؟ – و به نحوی فراگیر و ابدی تفاوتی ریشه‌ای را، علیه شبح یا خیالی یکپارچهٔ ارزش حفظ می‌کند؟ شاید؛ لیکن هر نوع گفتار مبتنی بر غریزهٔ مرگ به ماورای روانشناسی سوژه بیش از حد نزدیک می‌شود، و این نکته را از یاد می‌برد که آن حقیقتی که در [مضمون و مقوله] دوباره شدن سوژه و شکست سوژه در ارضای میل خویش حفظ و بیان می‌شود، علاوه بر تصدیق [عقدۀ] اختگی، دربرگیرندهٔ توان بالقوه یا پتانسیل نمادین امر مبادله است.<sup>۳</sup>

فقدان همواره آن چیزی است که بر حسبش ما غیبت دیگران را حس می‌کنیم، و از طریق آن دیگران غیبت ما را حس می‌کنند. در فرآیند ارزش (چه علاقه‌مندی تجاری باشد، چه خیالی یا رؤیایی) هیچ کس غیبت کسی را حس نمی‌کند؛ هیچ چیز فی‌نفسه چیزی نیست، زیرا هر چیزی معادل و هم ارز چیز دیگری است، و هر کس مطمئن است که می‌تواند دست کم با خود برابر باشد. فقط ارزش است که مبادله می‌شود (یعنی به خود تبدیل می‌شود) – فقط ارزش، و افراد و اشیاء نیز برحسب ارزش و بر اساس قانون هم ارزی مبادله می‌شوند. پس می‌توان گفت آن چیزی که توان بالقوهٔ مبادله، یعنی توان رابطه‌ای متقابل را حفظ می‌کند، که در متن آن افراد برحسب تفاوت و فقدان خویش حقیقتاً ظاهر می‌شوند، اروس (Eros یا غریزهٔ عشق) است – و غریزهٔ مرگ، بالعکس، آن نیرویی است که به امحاء امر نمادین و حل آن در چرخهٔ مکرر ارزش‌گرایی دارد. از این منظر جهان والا و تکراری کالا را به خوبی می‌توان همان عرصه یا میدانی دانست که در آن غریزهٔ مرگ به واقع تحقق می‌یابد.

اما با جزّ و بحث کردن دربارهٔ محل الصاق این برچسبها هیچ‌گاه به جایی نمی‌رسیم. نکتهٔ اساسی درک این واقعیت است که آنچه در پس فرآیند «عینی» ارزش سخن می‌گوید، به صورتی تناقض‌آمیز

(به مفهوم تناقض دیالکتیکی) سخن نمی‌گوید. عدم یقین ارزش به معنای نفی دیالکتیکی ارزش نیست؛ بلکه به معنای امکان بالقوه و بی‌وقفه الغای ارزش است، امکان تخریب توهم ارزش. امر نمادین و امر غیر یقینی به یاری رمز یا کدی مخالف با گفتار ارزش رویاروی نمی‌شوند. امر نمادین ریشه‌ای و رادیکال بودن خود را در تقابل با تعالی (transcendence) مثبت ارزش قرار می‌دهد. خصلت ریشه‌ای و افراطی ناکامی میل و مبادله نمادین بر ضد منطق والایش و کلیت (منطق انتزاع و تجرید) عمل می‌کند.

آنچه باقی می‌ماند تجزیه و تحلیل توهم انقلابی انانی است که مسئولیت «عملیات فروشگاه» را به عهده داشتند. فرضیه آنان ظاهراً چیزی نظیر این بوده است: «ما قصد داریم با خنثی کردن ارزش مبادله قواعد بازی کاپیتالیستی را معلق سازیم. ما می‌خواهیم کالاها را به ارزش مصرف‌ناب خودشان بازگردانیم، تا بدین‌سان آگاهی رمز و راز زدایی شود و شفافیت رابطه مردمان با نیازهای واقعی‌شان احیاء گردد.» تحقق انقلاب، در «اینجا و اکنون». این است منطق پراشتیاق نابترین شکل مارکسیسم فلسفی: نخست، ایجاد تمایز قطعی و بارز میان ارزش مصرف و ارزش مبادله (برای افزایش شکوه فلسفی و امانیستی ارزش مصرف)، و سپس نظریه عقل‌گرای رازآمیزی [کالا]. و نتیجه‌گیری آنان: اگر مردم نمی‌توانند به صورت خودانگیزخته نوعی ارزش مصرف‌رهایی یافته را مجدداً کشف کنند، دلیلش حتماً آن است که آنها چنان در سرکوب خود و تبعیت از منش سرمایه‌داری منضبط و تربیت شده‌اند و قانون ارزش مبادله را چنان به طور کامل درونی ساخته‌اند که دیگر حتی قادر نیستند چیزی را طلب و میل کنند که به سادگی در اختیارشان نهاده شده است.

این نتیجه‌گیری این واقعیت را ندیده می‌گیرد که میل رسالت ناچیزی برای تحقق در چارچوب «رهایی» دارد، بلکه بیشتر معطوف به تحقق در متن قاعده است — نه در متن شفافیت یک محتوای ارزشی، بلکه در متن عدم شفافیت رمز یا کد ارزش. این همان میل‌کد است. و این میل «نیاز» دارد که قواعد بازی را نجات بخشد — و مستلزم آنهاست — تا بتواند خود را تحقق ببخشد. و با همین سرمایه‌گذاری و نفوذ میل در قاعده، به منظور کامیابی میل، است که نظام اجتماعی قرار و مدار می‌گذارد. و همین میل است که نظام اجتماعی آن را به منظور بازتولید خود به کار می‌کشد. در اینجا است که خیال و نهاد به هم می‌رسند — نظام سیاسی قدرت و نظام بت‌واره انحراف (در تحقق میل). خیال یا شیخ ارزش در عین حال خیال نظم و قانون هم هست.

در جامعه ما، قاعده فوق‌الذکر همان قانون ارزش مبادله است. اگر دیگر مجموعه معینی از قواعد برای بازی کردن در کار نباشد، خود بازی نیز دیگر جذاب نخواهد بود، زیرا در آن صورت تقلب و دزدی هم از دور خارج می‌شود. (هرچه باشد، این گونه اعمال به ضد خود یعنی قواعد

راست و درست بازی اقتصاد وابسته‌اند.) پس اگر مصرف فقط در چارچوب قواعد ممکن است، و اگر میل فقط به صورتی بت واره تحقق می‌یابد، به تعلیق درآوردن قواعد، به عوض آن که راه را برای لذت افسار گسیخته بگشاید، صرفاً آن را ممنوع می‌کند. در نتیجه، قیمت چیزها به امری اساسی بدل می‌شود، هر چند نه دیگر صرفاً به مفهوم کمی کلمه، نظیر مورد ارزش مبادله، و نه به صورتی صرفاً تفکیکی، نظیر مورد «اثر و بلن»، بلکه به مثابه قانون، به مثابه شکل بت واره - که یکی از ویژگیهای مهم اقتصاد کالایی و اقتصاد روانی (psychic) ارزش است. بدین سان ارزش چیزها به ضامن اقتصاد روانی ارزش بدل می‌شود. البته آدمی می‌تواند این حالت تعادل را به مصرف آزاد و افسار گسیخته ترجیح دهد. لیکن آدمی برای همین انتخاب نیز قیمت اضافی لذت را می‌پردازد، لذتی که «نرخ» آن به تناسب چرخه باز تولید گسترده کامیابی نزول می‌کند.

به همین ترتیب، ورزشکاری نیز که نمی‌تواند خود را از باختن بازدارد، این کار را بعضاً به قصد حفظ و بقای نفس امکان جنگیدن و مبارزه کردن انجام می‌دهد، که بدون قواعد آن برگزاری هر نوع مسابقه یا رقابتی بسیار دشوار می‌شود.<sup>۴</sup> بار دیگر معلوم می‌شود که پاسداری از قواعد، حکم یا فرمانی بنیانی‌تر است تا خود بردن. هر یک از شرکت‌کنندگان [در مسابقه] به طور ضمنی از این ساختار مبادله، این کارکرد جمعی و ناآگاه، تبعیت می‌کند.<sup>۵</sup>

پس، مسأله یا محل نزاع، به روشنی نه «آگاهی راز آمیخته» است و نه هرگونه توهمی که انقلابیون مذکور نسبت به تعلیق رهایی‌بخش ارزش مبادله داشتند. آنان از تشخیص این نکته عاجز بودند که هیچ تضادی میان ارزش مبادله و تحقق یا ارضای میل وجود ندارد - درست برعکس.

یقیناً، چنین تضادی درک ایده انقلاب را بسی ساده‌تر خواهد کرد، لیکن این امر فقط از منظر نوعی ایدئالیسم ارزشی، و به ویژه ایدئالیزه یا آرمانی کردن ارزش مصرف، ممکن خواهد بود. چنین موضعی، در عمل توسط تصعید یا والایش قدرتمند خود مورد خیانت قرار خواهد گرفت، و هواداران خود را به سوی دست‌کم گرفتن خصلت ریشه‌ای قانون ارزش، و در نتیجه دست‌کم گرفتن خصلت ریشه‌ای تخطی از آن، خواهند راند. این انقلابیون، به رغم برخورد ظریف و دقیق‌شان با مسأله، عملاً نوعی استراتژی رفرمیستی را طرح کردند که مقوله ارزش را صرفاً از منظری نسبتاً سطحی به چالش می‌کشد. و سپس آنان از فقدان واکنش «توده‌ها» به ابتکار عمل خویش حیران می‌شوند. البته می‌توانیم کاملاً مطمئن باشیم که آنان این امر را به این واقعیت نسبت می‌دهند که کنش آنان بیش از ریشه‌ای یا رادیکال بوده است، و سپس به پخته و بالغ شدن آگاهی مردم امید می‌بندند. ولی حتی برای لحظه‌ای هم به ذهن آنان خطور نمی‌کند که این انفعال [توده‌ها] ممکن است از این واقعیت ناشی شده باشد که کنش آنان بیش از حد رفرمیستی بوده است - و به عوض تفسیر آن



به مثابه انفعال انقلابی، بهتر است آن را به منزله مقاومت در برابر رفرمیسم درک کنند. به عبارت دیگر، این واکنش منفی مصرف کنندگان رهایی یافته احتمالاً با سرخم کردن آنان در برابر نظام ارزش مبادله ربط کمتری دارد تا با مقاومت آنان در قبال ارزش مصرف، به ویژه تا آنجا که ارزش مصرف در اساس فقط نقاب فریبنده‌ای برای ارزش مبادله است. به واسطه و از طریق همین پشت کردن به بازی ارزش مصرف است که همه چیز چنان رخ می‌دهد که گویی مردم از قبل بدین راز آمیزی باز هم ظریفتر نیز بو برده‌اند.

در تحلیل نهایی، این ارزش مصرف که برهنه و عریان نزد آنان می‌آید چیست؟ این هدیه قربانی از کجا نشأت می‌گیرد و چه کسی آن را عرضه می‌کند؟ این مجانی یا بی‌قیمت بودن محتوای محصولات خود چیست، و آیا برای اثبات و تضمین شفافیت و بدون قیمت یا هزینه بودن یک رابطه اجتماعی کافی است؟ چنین تصور نمی‌شود. هدیه یکسویه همانقدر سرد است که صدقه. به محض برخوردار شدن و تن سپردن بدان، این هدیه نیز با منطق ژرفتر و پنهانی‌تر سیستم یکی می‌شود، و از این روست که کنش نمادین انقلابی نیز در فرار از آن همانقدر ضعیف و بی‌اثر است که شور و شوق جماعت خریدار. در پرتو درخشش کورکننده ارزش مصرف عیان گشته، هیچ‌کس متوجه نشد که مجانی و بی‌قیمت شدن [کالاها] برای امحاء شکل کالایی کافی نیست. تیشه زدن به ریشه منطق ارزش مبادله، مستلزم چیزی بیش از استقرار مجدد خودآیینی و بی‌قیمتی ارزش مصرف است. شرط ضروری دستیابی به این هدف احیاء امکان بازگشت یا پس دادن چیزهاست، یعنی تغییر دادن شکل روابط اجتماعی. اگر هیچ نوع هدیه متقابل یا مبادله دوسویه ممکن نباشد، مادر ساختار قدرت و انتزاع اسیر باقی می‌مانیم.<sup>۶</sup> در مثال مورد بحث ما نیز وضع به همین شکل بود. «رهایی دهندگان» توده‌ها با حفظ سطح معینی از ارزش (ارزش مصرف)، آنهم در غیبت هرگونه تحلیل ریشه‌ای، و یا آزمایش کردن در این سطح، در عین حال سطح معینی از قدرت و کنترل را نیز حفظ کرده‌اند. آنان پس از بازی کردن با ارزش، به ناچار، قدری اضافه یا مازاد، در هیأت سلطه، از آن استخراج کرده‌اند.

واکنش منفی مردم به این فراوانی ناگهانی و اعطا شده، واکنش دفاعی در قبال این شکل، یعنی شکل رابطه تأسیس شده (instituted)، در قبال خصلت غیر دو سویه این وضعیت [جدید در فروشگاه] از همین جانشی می‌شود. این همان واکنش دفاعی کسانی است که «ترجیح می‌دهند پول بپردازند و به هیچ وجه بدهکار هیچ‌کس نباشند» - نوعی واکنش طبقاتی که در اساس احتمالاً شفافتر و قابل فهم‌تر از رابطه رهایی دهندگان توده‌هاست، زیرا مردم ممکن است، کاملاً به درستی، احساس کرده باشند که این شکل یکسویه از هدیه دادن و محتوای [اجتماعی و اقتصادی] آن (یعنی

ارزش مصرفی که خود رهایی خویش را اعلام می‌کند) به واقع یکی از صور بی‌شمار تجسد و تجلی نظام است.

برای شکستن مدار ارزش مبادله، ضرورتاً باید خود مبادله – نه ارزش (و نه حتی ارزش مصرف) – را احیاء کرد. در واقع، ارزش مصرف متضمن و حاکی از گسست و درهم شکستن مبادله است، آنهم درست به همان دلیلی که ارزش مبادله متضمن چنین گسستی است، بدین معنا که ارزش مصرف متضمن ظهور ابژه کامل شده در مقام ارزش و آن فردی است که در نسبت خود با این ارزش عینی شده (objectified) است. لیکن در مبادله نمادین ابژه، یا همان ارزش کاملی که موجود بود، دوباره به نیستی یا هیچ باز می‌گردد. این همان چیزی است که، به واسطه داده شدن و پس داده شدن، خود محو و معدوم می‌گردد، و با حضور یا غیبت خویش حرکت این رابطه را مشخص می‌سازد. «ابژه»، یعنی همین موجود معدوم (*res nulla*)، مطلقاً فاقد ارزش مصرف است، و به هیچ دردی نمی‌خورد. بدین سان، فقط آن چیزی که معنای خویش را از طریق مبادله مستمر متقابل کسب می‌کند، از قید ارزش مبادله می‌گریزد، آنهم در هیأت هدیه و هدیه متقابل، در متن عدم یقین و ابهام ارزشی یک رابطه باز، و هیچ‌گاه در متن یک رابطه یا نسبت ارزشی غایی.

در مورد حاضر، واکنش منفی نهایتاً به معنای خواستی ریشه‌ای برای تحقق انقلابی است که نه ابژه‌ها و ارزش آنها، بلکه خود رابطه مبادله را رهایی می‌بخشد، یعنی همان خصلت دو سویه سخن یا کلامی که امروزه در همه جا توسط تروریسم ارزش زدوده و محو می‌شود.

پژوهشگاه علوم انسانی و مطالعات فرهنگی  
رتال جامع علوم انسانی

این مقاله ترجمه‌ای است از:

Jean Baudrillard, "Concerning the Fulfilment of Desire in Exchange Value",  
in: *For a Critique of the Political Economy of the Sign*, Telos Press, U.S.A.,  
1981, PP. 204-13.

## یادداشتها:

۱. اثر ویبلن (Veblen effect): من این جنس را می‌خرم زیرا گرانتر است) یک مورد سرحدی مهم و با معناست که در آن امر اقتصادی (کمی) به تفکیک نشانه‌ای تبدیل می‌شود. در اینجا است که می‌توان ظهور «نیاز» را مفهوم برداری کرد، آنهم با شروع از سوبه یا لمحۀ ناب فراتر رفتن از ارزش مبادله. (همچنین مقایسه کنید با حراجهای هنری به منزله محل گذر میان حوزه‌های ارزشی). در مورد نشانه‌ها، اثر ویبلن به قاعدۀ مطلق بدل می‌شود: جهان مد صرفاً با تفکیک ناب و صعودی و فزاینده آشناست و بس.
۲. فیلم تنهایی دونه دو استقامت [که از تلویزیون ایران نیز چند بار پخش شده است]، از یک دیدگاه اجتماعی و سیاسی، مثال بسیار خوبی برای این اقتصاد معکوس همه جا حاضر است. قهرمان فیلم نوجوانی در یک مرکز بازپروری است که پیروزی قطعی خویش در یک مسابقۀ دو را عمداً رد و طرد می‌کند تا هیچ سهمی از شکوه و افتخار نصیب مسئولان نهاد ستمگری که او را سرکوب می‌کند، نشود. او با باختن در مسابقه، حقیقت خود را حفظ می‌کند: در اینجا، شکست با طغیان و قیام طبقاتی در هم می‌آمیزد. البته در این داستان، شکست صراحتاً عمدی است، لیکن تشخیص این نکته دشوار نیست که چگونه خطاهای «تصادفی» و لغزشهای فیزیکی نیز می‌توانند عملاً دال بر همین نفی و انکار و مقاومت باشند. دونه دو ۴۰۰ متر که در فوق به او اشاره شد، به شیوۀ خاص خود نظام ارزش مبادله را زیر سؤال می‌برد - نظامی که شکل‌های تحقق آن به کسب سلطه بر مصرف کنندگان و کارگران مزدگیر محدود نمی‌شود. ورزشکاران با دودیدن به قصد برد، نظام ارزشی مبتنی بر رقابت را دوباره فعال می‌کنند؛ آنان می‌کوشند تا در «مبادله» با لذات ناشی از شهرت و افتخار شخصی، این نظام را باز تولید کنند. در اینجا استثمار همانقدر شدید است که در سطح فروش نیروی کار خویشتن. همین مکانیسم دروغین مبادله است که شکست به صورتی ناخودآگاه موجب فروپاشی آن می‌شود. در این معنا، هر گونه «سوء کارکرد روانشناختی» ناخوانا با «حالت طبیعی یا نرمال» (که صرفاً در حکم قانون محیط کاپیتالستی است) آماده و پذیرای قرائتی سیاسی است. امروزه سیاست نه دارای حوزه‌ای خاص خود است، و نه واجد هیچ تعریفی. اینک وقت آن رسیده است که شکل‌های نهفته، جابه‌جاییها و فشرده‌گیهای (condensations) سیاست، یا در یک کلام «عمل» سیاست (به قرینۀ «عمل - رویا» در روانکاوی فرویدی)، کشف و آشکار گردد.
۳. در اینجا مؤلف به آرای ژاک لاکان، بزرگترین مفسر و پیرو فروید، اشاره می‌کند. از نظر لاکان، سوژه، در تقابل با کلیت خیالی و یکپارچۀ نفس یا خود (ego)، همواره کلیتی ناقص و شکست‌خورده و پاره‌پاره است. سوژه، در مقام سوژه میل یا همان ناخودآگاه، اساساً به گرد یک «فقدان» شکل می‌گیرد که خود به واقع معرف و برسازندۀ میل است. و همین کمبود یا فقدان نیز حضور و غیبت فالوس، در مقام نشانه، و در نتیجه «عقدۀ اختگی» را به مسألۀ یا ساختار اصلی تحلیل نفس، میل و زبان بدل می‌کند. - م. ف.
۴. ایدئولوژی حاکم بر امر ورزش مخلوطی است از این «قانون» ضمنی و قانون [برتری] فرد قویتر.
۵. هر ورزشکاری، مثلاً هر دوندۀ ای، که هر بار درجا برنده شود - چنین موردی در حکم استثنایی جدی بر قانون مبادله خواهد بود، چیزی نظیر زنانی با محارم یا توهین به مقدسات؛ و اجتماع، نهایتاً ناچار از سرکوب آن خواهد

بود. مثال یا نمونه دیگری برای چنین امری یک مجموعه کامل است که دیگر هیچ چیزی برای افزودن به آن باقی نمانده است؛ این مجموعه مبین نوعی مرگ خواهد بود.

۶. هدیه یکسویه معکوس هدیه مبادله‌ای است. این دومی پایه و اساس رابطه متقابل است، درحالی‌که اولی مبنای استقرار برتری است. فقط افراد ممتاز، نظیر اشراف فتودال، می‌توانند به خود اجازه دهند که بدون بازگرداندن، بدون هدیه متقابل، دریافت کننده باشند، زیرا مقام و مرتبه‌شان از آنان در قبال به چالش کشیده شدن و از دست دادن اعتبار و حیثیت حمایت می‌کند.

